

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

1.1 แนวคิดของธุรกิจ

ธุรกิจคาราโอเกะเริ่มเข้าสู่ประเทศไทยเมื่อ พ.ศ. 2520 และได้รับความนิยมตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงและช่วยสร้างความผ่อนคลายจึงได้รับความนิยมจากตลาดผู้บริโภค ภายใต้แรงสนับสนุนจากหลายปัจจัยทั้งด้านการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ทำให้เกิดระบบของเครื่องเล่นคาราโอเกะที่สามารถใช้งานได้ง่าย มีความสะดวก และรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งนักลงทุนได้พยายามนำเสนอธุรกิจคาราโอเกะของตนเองเข้าสู่ตลาดโดยผ่านช่องทางต่างๆ อาทิเช่น อินเทอร์เน็ต มือถือ เป็นต้น นอกจากนี้พฤติกรรมของผู้บริโภคคนไทยที่ชื่นชอบความบันเทิงและมีความกล้าแสดงออกมากขึ้นกว่าในอดีต ประกอบกับแรงผลักดันของภาคธุรกิจทั้งผู้ผลิตเครื่องเล่น และค่ายเพลงต่างๆ จึงทำให้ธุรกิจคาราโอเกะมีอัตราการเติบโตต่อเนื่อง

จากการที่บริษัท อาร์เอ็มเอส สตูดิโอ แอนด์ มัลติมีเดีย จำกัด (RMS Studio & Multimedia Co., Ltd.) เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจด้านคาราโอเกะและลิขสิทธิ์เพลงไทยมานานกว่า 30 ปี จึงมีความรู้และประสบการณ์ในธุรกิจด้านคาราโอเกะและเพลงค่อนข้างมาก ประกอบกับบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและดำเนินงานในด้านนี้มาเป็นระยะเวลานานจึงมีโอกาที่จะพัฒนารูปแบบทางธุรกิจใหม่ๆ ออกสู่ตลาด ทั้งนี้ผู้บริหารได้มองภาพรวมของอุตสาหกรรมคาราโอเกะว่า รูปแบบธุรกิจคาราโอเกะยังไม่ค่อยมีความแตกต่างจากเมื่อก่อนเท่าใดนัก และเป็นรูปแบบเดิมๆ ซึ่งเป็นเพียงการร้องเพลงและเน้นเรื่องความหรูหราและความสะดวกสบายของร้านค้าตลอดจนการนำเทคโนโลยีที่มีอยู่ในขณะนั้นมาใช้และติดตั้งอุปกรณ์ที่ทันสมัย หากพิจารณาถึงการวางแผนที่จะเปิดหรือสร้างแผนธุรกิจโดยมีรูปแบบทางการค้าแบบที่เคยมีมา คงเป็นเพียงแต่การแย่งส่วนแบ่งในตลาดเดิมที่เป็นร้านค้าคาราโอเกะเท่านั้นซึ่งมีความเป็นไปได้ว่าอาจไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งการที่จะสร้างความแตกต่างและดึงดูดลูกค้าให้มาลองใช้และชื่นชอบธุรกิจของบริษัทนั้นจำเป็นต้องพัฒนานวัตกรรมคาราโอเกะในรูปแบบใหม่ออกมา ด้วยเหตุนี้ทางบริษัทจึงใช้ความพยายามในการพัฒนาระบบโปรแกรมคาราโอเกะที่มีชื่อว่า “สตาร์ (Star)” ที่มีความแตกต่างออกไป ซึ่งนอกเหนือจากการร้องเพลง ดูหนัง ฟังเพลงแล้ว โปรแกรมดังกล่าวนี้ยังสามารถบันทึกภาพและเสียงของผู้ร้องและเก็บข้อมูลอยู่ในรูปของแผ่นวีซีดี (VCD) ซึ่งลูกค้าสามารถ

นำกลับบ้านได้ ทั้งนี้แผนการตลาดที่ทางบริษัทคาดว่าจะใช้ต่อไปคือการสร้างเว็บไซต์ (website) โดยที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงโปรแกรมดังกล่าวได้โดยการเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งสะดวกและง่ายต่อการสร้างความบันเทิงแบบส่วนตัวและการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ได้ด้วยตัวเอง อาทิ เช่น ลูกค้าสามารถทำสติ๊กเกอร์ (Sticker) สามารถทำปกวีซีดี (VCD) ได้

นอกเหนือจากการตลาดกับผู้บริโภค (End User) โดยตรงแล้ว บริษัทวางแผนที่จะขยายผลทางธุรกิจโดยการขายธุรกิจให้กับบริษัทต่างๆ ที่สนใจจะใช้บริษัทเป็นสื่อในการช่วยโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ ผ่านทางวีซีดีคาราโอเกะของบริษัท นอกจากนั้นบริษัทวางแผนที่จะทำธุรกิจคาราโอเกะภายใต้โปรแกรมคาราโอเกะสตาร์ (Star) ให้กับนักลงทุนต่างๆ โดยการนำเสนอขายระบบคาราโอเกะเข้าสู่ร้านค้าหรือบริษัทที่มีความสนใจ

1.2 โอกาสและกลยุทธ์

บริษัท อาร์เอ็มเอส สตูดิโอ แอนด์ มัลติมีเดีย จำกัด ได้เล็งเห็นโอกาสจากการที่ธุรกิจคาราโอเกะเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ช่วยสร้างความบันเทิง และการพักผ่อนได้สำหรับทุกเพศทุกวัย ประกอบกับศักยภาพของทางบริษัทที่ได้มีความเชี่ยวชาญและดำเนินธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมนี้มาเป็นระยะเวลานานและด้วยสัมพันธภาพอันดีที่มีร่วมกันมากกับผู้ผลิตหรือคู่ค้าหลายราย จึงคาดว่าโอกาสในการทำธุรกิจคาราโอเกะโดยใช้โปรแกรมสตาร์ (Star) มีความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับจากตลาดในที่สุด ซึ่งโปรแกรมสตาร์ (Star) ดังกล่าวนี้นับว่าได้ว่าเป็นนวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ที่ทางบริษัทได้พัฒนาขึ้นซึ่งเป็นโปรแกรมที่ยังไม่เคยมีการนำไปใช้ในประเทศไทยมาก่อน ด้วยเหตุนี้ทางบริษัทจึงได้มีแนวความคิดในการเตรียมแผนธุรกิจไว้ซึ่งคาดว่าจะในอนาคตจะมียอดของผู้ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น

ด้วยกลยุทธ์ทางการตลาด บริษัทจะเริ่มเจาะกลุ่มเป้าหมายหลักโดยการเน้นการออกแบบรูปแบบทางธุรกิจให้มีความแตกต่างออกไป และสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยให้มีการทดลองใช้ในระยะเวลาแรกของการทำโปรโมชันเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และขยายแผนการตลาดในลำดับต่อไป บริษัทได้กำหนดเป้าหมายทางด้านการตลาดโดยคาดการณ์ว่าบริษัทฯ จะเป็นผู้นำธุรกิจคาราโอเกะโดยใช้โปรแกรมสตาร์ (Star) ซึ่งเป็นระบบการเล่นคาราโอเกะที่ทันสมัยมากที่สุดในประเทศไทย

ในการปกป้องการลอกเลียนแบบจากคู่แข่ง การจดสิทธิบัตรของโปรแกรมสตาร์ (Star) เป็นกลยุทธ์ที่บริษัทวางแผนไว้เพื่อให้ธุรกิจมีความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ตลอดจน

การที่บริษัทเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เพลงไทยหลายเพลง และมีพันธมิตรค่ายเพลงต่างๆ สามารถนำลิขสิทธิ์ดังกล่าวมาจัดทำซีดีคาราโอเกะ (VCD Karaoke) ซึ่งเป็นการทำซ้ำลิขสิทธิ์ได้อีกครั้งหนึ่ง

1.3 กลุ่มเป้าหมายและการคาดคะเนกลุ่มเป้าหมาย

บริษัทกำหนดกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มตลาดบน (Upper Market) ซึ่งเป็นกลุ่มของสถานประกอบการค้าธุรกิจคาราโอเกะที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และมีการเน้นการให้บริการหลายรูปแบบ มีกิจกรรมประเภทอื่นๆซึ่งอยู่ภายในร้านค้าเดียวกัน ตลาดกลุ่มนี้จะมีศักยภาพในการซื้อ และเป็นกลุ่มที่สามารถตอบสนองต่อรูปแบบความบันเทิงที่มีความทันสมัย โดยพร้อมที่จะเข้าถึงสินค้าและบริการในช่องทางต่างๆ เช่น ผ่านทางร้านค้า ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

1.4 ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและผลตอบแทนจากการลงทุน

ในการประมาณการณัผลการดำเนินงานของธุรกิจ บริษัทกำหนดให้อัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนอยู่ที่ 10 เปอร์เซ็นต์โดยคำนวณต่อสัดส่วนของผู้ถือหุ้น (Return On Equity) ซึ่งสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 2 ปี 1 เดือน 27 วัน สำหรับแผนการลงทุนในด้านการเงิน ตัวเลขประมาณการณัเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 25,500,000 บาท โดยมีค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value) ในอีก 5 ปีข้างหน้าอยู่ที่ 43,397,176.04 บาท มีค่าเป็นบวก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโครงการนี้มีความคุ้มค่าในการลงทุนมาก